


PENGARUH IKLAN, PROMO GRATIS ONGKIR, DAN *FLASH SALE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BLIBLI DI KEBUMEN

Widya Aulia Rafianti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh iklan, promo gratis ongkir, dan *flash sale* terhadap Keputusan Pembelian pada Blibli di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Blibli yang sudah melakukan transaksi pembelian minimal satu kali atau calon pembeli yang mengetahui Blibli, jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik pengambilan data dengan kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Iklan tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Blibli di Kebumen. (2) Promo gratis ongkir berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Blibli di Kebumen. (3) *Flash sale* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Blibli di Kebumen. (4) Iklan, promo gratis ongkir, dan *flash Sale* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Blibli di Kebumen.

Kata Kunci: *Iklan, Promo Gratis Ongkir, dan Flash Sale*

08/08 '24


***THE EFFECT OF ADVERTISING, FREE SHIPPING PROMO, AND
FLASH SALE ON PURCHASING DECISION ON BLIBLI IN KEBUMEN***

Widya Aulia Rafianti

Abstract

This study aims to examine the effect of advertisements, free shipping promos, and flash sales on purchasing decisions at Blibli in Kebumen. The population in this study was Blibli users who have made at least one purchase transaction or prospective buyers who knew Blibli, the sample size was 100 respondents. Data collection techniques was applied with questionnaires. The data analysis used was instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and determination coefficient test. Data processing tools using SPSS version 25.0. The results shows that: (1) Advertising has no partial and significant effect on purchasing decisions on Blibli in Kebumen. (2) Free shipping promo has a partial and significant effect on purchasing decisions in Blibli in Kebumen. (3) Flash sale has a partial and significant effect on purchasing decisions in Blibli in Kebumen. (4) Advertising, Free Shipping Promo, and flash sale have a simultaneous and significant effect on purchasing decisions in Blibli in Kebumen.

Keywords: Advertising, Free Shipping Promo, and Flash Sale